



Análise da adequação dos selos sustentáveis em embalagens de alimentos com relação a percepção do consumidor: estudo de caso de produtos lácteos, carnes e substitutos de carne

Palavras-Chave: Gestão Sustentável, Selos Sustentáveis, Industria Alimentícia

Autores(as):

Letícia Ribeiro Marques, FCA – UNICAMP

Prof.^a. Dr.^a. Muriel de Oliveira Gavira, FCA - UNICAMP

INTRODUÇÃO:

A responsabilidade ambiental tem gerado grande repercussão e se tornado uma necessidade de sobrevivência para a sociedade, tendo em vista o grau de crescimento e complexidade que os efeitos dos problemas ambientais podem causar. A forma como o homem se relaciona com o meio ambiente, nas suas diversas interações e finalidades, revelam muito sobre o futuro do planeta. (MAIMON,1994).

O termo sustentabilidade encontra-se atrelado a criação dos selos verde ou selos sustentáveis, que são definidos pela Global Ecolabelling Network, instituição não governamental voltada para o desenvolvimento de selos sustentáveis para produtos e serviços, como:

“um selo que identifica preferência ambiental de um produto (bem ou serviço) dentro de uma categoria, baseado em considerações sobre seu ciclo de vida. Em contraste com um símbolo próprio ou apelo desenvolvido pelo produtor ou fornecedor de serviço, um selo verde é atribuído por um terceiro imparcial a produtos que satisfazem a critérios ambientais estabelecidos no mercado” (GEN, 2004).

Tendo como base os aspectos e tendências apresentadas, a pesquisa buscou analisar a presença dos selos sustentáveis, assim como a sua percepção e motivação gerada nos consumidores. O objetivo principal é obter dados que leve a compreensão e identificação de melhorias e incentivos com maior aderência.

METODOLOGIA

Para realizar a análise da base de dados de produtos alimentícios criada pelo Núcleo de Estudos e Pesquisas em Alimentação - NEPA, foi desenvolvido uma classificação que busca examinar a adequação dos selos encontrados em produtos lácteos, carnes e substitutos de carne.

A classificação criada baseou-se em dados de pesquisas bibliográficas, que tiveram como principal objetivo averiguar como a apresentação dos selos nas embalagens, motivações pessoais e conhecimento sobre as certificações influenciam na escolha do consumidor para a compra de produtos sustentáveis.

As pesquisas nos permitiram definir três principais motivações que influenciam a aquisição de um produto que apresenta um selo de sustentabilidade. Para essa escolha, analisou-se as situações identificadas com maior recorrência.

Determinação das classificações

Pertencimento.

Os Selos geográficos são os responsáveis por informar ao consumidor a origem do produto que o é oferecido. O selo que representa um produto "local" gera interesse nos consumidores (KNEAFSEY et al. 2013).

Geralmente, os consumidores costumam comprar alimentos locais por várias razões, como: preocupações ambientais, percepção de que os alimentos locais são de alta qualidade e o prazer de fazer compras em lojas locais para apoiar agricultores (KIRWAN, 2004).

No Brasil, existem exemplos de apreço pelo pertencimento ou reconhecimento de um tipo de produção. Entre eles podemos citar o açaí, que se popularizou nos últimos anos em todo o país, mas que tem sua origem principalmente nos estados da região norte do Brasil.

Neste caso, os selos de origem da indicação geográfica atribuem valores como tradição, cultura e características reconhecidas, beneficiando os produtores, os consumidores e toda a região, uma vez que é capaz de estimular a governança local, auxiliar na promoção do turismo e de atividades culturais. Além de contribuir para impedir que produtores de outras regiões usem o nome do produto indevidamente, aproveitando-se da notoriedade do mesmo (SEBRAE, 2016).

Afetividade.

A relação que cada ser tem com a natureza também se mostrou como um fator de influência para escolha de produtos que apresentam selos sustentáveis, trazendo a ideia de que, as pessoas se importam com questões que as afetam e tem valor emocional (BOGNER, 2018).

No ano de 2005, Verhoef publicou uma pesquisa feita com holandeses e identificou o “medo” como a emoção mais recorrente para a compra de carnes orgânicas. Seja ele, o medo das consequências ambientais, danos à saúde e até mesmo ao julgamento da sociedade.

Preocupação com a saúde.

A *Agence Française de Sécurité Sanitaire des Aliments* (AFSSA), comprovou através de análises que alimentos produzidos de forma orgânica apresentam melhores qualidades nutricionais, como: maior índice de ferro, magnésio e vitamina C, além de se destacarem pela baixa toxicidade, maior durabilidade (SOUSA et al, 2012).

Segundo dados da OMS (ano), a obesidade tem atingido cerca de 10% da população de países desenvolvidos e em desenvolvimento. Entre as diversas causas dessa doença, está a má alimentação. A obesidade é responsável também pelo desenvolvimento de doenças crônicas não transmissíveis, como doenças cardiovasculares, câncer, diabetes e doenças respiratórias crônicas (WANDERLEY, 2010).

Com base nas definições apresentadas, foram estabelecidas três classificações dos selos, que serão analisados e contabilizados na base de dados. As classificações são apresentadas na Tabela 1.

Tabela 1. Síntese da classificação criada

Classificação	Definição	Autores
PERTENCIMENTO	Engloba selos que despertam sentimento de pertencimento ao local ou região que o selo indica.	KNEAFSEY et al. 2013 KIRWAN, 2004 MAZZOCCHI et al, 2021 SEBRAE, 2016
AFETIVIDADE	Selos que de motivam a compra devido ao seu apelo, individualmente criado pelos indivíduos de acordo com suas vivências	BOGNER, 2018 AERTSENS et al, 2009 VERHOEF, 2005
PREOCUPAÇÃO COM A SAÚDE	Grupo de selos que revelam informações quanto à composição do alimento, estando fortemente ligado aos hábitos alimentares dos consumidores.	SOUSA et al, 2012 WANDERLEY, 2010 MIKI et al, 2020 CASTRO et al, 2020

Além das motivações que serão utilizadas, outras foram identificadas. Porém, priorizou-se a utilização das classificações que surgem com maior recorrência nos artigos e base de estudos científicos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO:

As análises do recorte da base de dados de produtos alimentícios criada pelo Núcleo de Estudos e Pesquisas em Alimentação - NEPA, revelou um total de 1812 produtos relacionados às categorias de alimentos que são de interesse para a presente pesquisa.

Utilizando o Excel, foram feitos tratamentos das informações e, a partir disso, foram conduzidas as análises pertinentes. Inicialmente, verificou-se a quantidade de produtos nesse conjunto que possuem selos ou certificações ambientais, localizados em um total de 496, que representa aproximadamente 27,37%.

Entre 496 produtos com selos, 156 são classificados como: produtos de carne, aperitivos de carne e patês e pastas de carne. Os demais 340 são os classificados como: iogurte líquido e leite fermentado, iogurtes de colher, leite branco, leite com sabor, leite com sabor, produtos congelados a base de leite, queijo duro e semiduro, queijo fresco e cremoso, queijo fundido, queijo macio e semimacio e sobremesas de queijo.

Figura 1. Distribuição de Produtos Alimentícios com e sem Selos/Certificações Ambientais

A categoria de pertencimento, que engloba as motivações relacionadas ao local de origem de cada produto ou sua conexão indireta com uma determinada região, pode ser preenchida pelos selos: Agricultura Familiar e Projeto Tamar.

Ambos os selos refletem os apelos descritos na literatura, que enfatizam a valorização de um grupo de produtores e o suporte a um projeto que busca preservar a biodiversidade e a sobrevivência da fauna de uma região específica. Portanto, tais selos motivam os consumidores a efetuarem a compra, uma vez que estes têm a oportunidade de contribuir com uma causa à qual se sentem pertencentes, inclusos e impactados.

Já a categoria "Preocupação com a saúde" está direcionada às questões relacionadas à composição do alimento, e, portanto, utiliza-se de selos que fornecem informações a esse respeito, incluindo os selos "Transgênico" e "Orgânico".

Esses dois selos, em conjunto, representam uma parte significativa dos selos encontrados nesta pesquisa. Isso reforça a importância e a crescente visibilidade que têm recebido, o que sugere uma maior divulgação de informações sobre a relevância de uma alimentação adequada, associada ao tipo de ingredientes utilizados, para uma melhor longevidade e qualidade de vida.

Por fim, a categoria que abrange o maior número de selos é a "Afetividade", sua amplitude pode estar relacionada com a forma individual de pensamento e relação dos seres humanos com o meio ambiente. Essa categoria pode gerar diversas motivações de compra. Os selos presentes nela incluem: FSC Misto, B Certificada, Rainforest, EuReciclo, Vegano e Dolphin Safe.

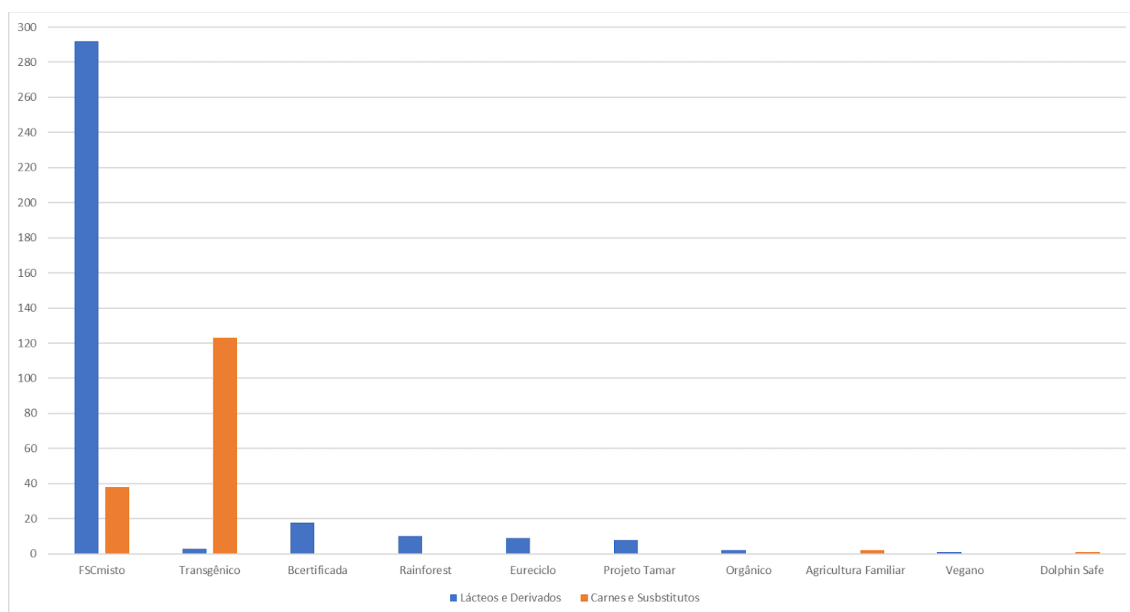


Figura 1. Distribuição de Produtos Alimentícios com e sem Selos/Certificações Ambientais

CONCLUSÕES:

No Brasil, os selos sustentáveis já estão influenciando as decisões de compra dos consumidores, indicando que há uma conscientização crescente sobre a importância da sustentabilidade. Todavia, é essencial aprimorar a adequação e a confiabilidade desses selos, bem como a forma como são apresentados ao público.

Portanto, é indispensável que as diversas esferas envolvidas, como governos, empresas e ONGs, funcionem em conjunto visando uma abordagem que garanta a integridade e confiabilidade dos selos sustentáveis. Somente assim, eles conseguiram cumprir seu papel de

orientar os consumidores a escolhas mais conscientes e sustentáveis. A colaboração nesse sentido pode contribuir significativamente para o desenvolvimento sustentável do país e para a construção de um futuro mais equilibrado e preservado para as próximas gerações.

BIBLIOGRAFIA

MAIMON, D. . Revista RAE, FGV. Eco Estratégia das empresas brasileiras realidade ou discurso, 20 jul. 1994.

GEN. Global ecolabelling network. Introduction to ecolabelling. 2004.

KNEAFSEY, M. et al. Short food supply chains and local food systems in the EU: A state of play of their socio-economic characteristics. Espanha: Join Research Centre, 2013.

KIRWAN, J. The interpersonal world of direct marketing: Examining conventions of quality at UK farmers markets. Journal of Rural Studies, 2006. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0743016705000847> .Acesso em: 27 abr. 2023.

SEBRAE. Entenda o conceito de indicação geográfica. 2017. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-conceito-de-indicacao-geografica,5a8e438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD> .

BOGNER, X. Environmental Values (2-MEV) and Appreciation of Nature. Sustainability, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/su10020350>. Acesso em: 18 out. 2022.

SOUZA, A. et.al. Alimentos orgânicos e saúde humana: estudo sobre as controvérsias. Rev. Panam Salud Publica. 2012.

WANDERLEY, E. et al. Obesidade: uma perspectiva plural. Ciência e saúde coletiva, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/s1413-8123201000100024> . Acesso em: 20 dez. 2022.